

Lições de empreendedorismo

Eles têm senso de oportunidade, traçam metas e aprendem com os próprios erros. Conheça algumas características dos empreendedores bem-sucedidos

O brasileiro é um empreendedor por excelência. Não é à toa que, em meio a 123 milhões de pessoas entre 18 e 64 anos, o total de empreendedores iniciais e estabelecidos seja de 32,3%, o equivalente a 40 milhões de indivíduos, segundo dados da pesquisa GEM (Global Entrepreneurship Monitor) 2013: Empreendedorismo no Brasil, coordenada pelo Instituto Brasileiro da Qualidade e Produtividade (IBQP). Com exceção do Centro-Oeste, a proporção de empreendedores por oportunidade – aqueles que identificam uma chance de negócio e decidem empreender mesmo possuindo alternativas de emprego e renda – girou em torno de 71,3% em relação a 2012. Ou seja, cada vez mais o empreendedorismo deixa de ser uma questão apenas de sobrevivência, pela ausência de oferta de trabalho, para se tornar um negócio com um maior nível de planejamento e, consequentemente, de assertividade.

Especialistas acreditam que há ainda muito espaço para micros, pequenos, médios e grandes empreendedores em todas as áreas, da agricultura à indústria, passando pelo comércio e por serviços. Ao levar em conta a recente ascensão da população para a classe C, com um apetite de consumo potencializado pelo acesso ao crédito e a facilidades de pagamentos, a perspectiva torna-se mais animadora. “Obviamente, existem alguns setores específicos, com um número de *players* considerável e empresas já consolidadas, em que o empreendedor tem de ser muito inovador para se ganhar algum espaço, mas, ainda assim, existem muitas oportunidades para empreender e obter sucesso”, afirma Sebastian Soares, líder de Mercado Empreendedor da KPMG no Brasil.

Apesar da relevância que a atividade empreendedora representa para a economia do País,

País oferece oportunidades para empresas de todos os tamanhos, mas, em alguns setores mais competitivos, há pouco espaço para erros. Organizações de apoio ao empreendedor atuam como facilitadoras no processo de formação do modelo de negócio

fazer o negócio dar certo continua sendo um grande desafio para os empresários. De acordo com Soares, um erro comum das histórias de fracasso é a ausência da criação de um modelo de negócio já na fase inicial do processo. “Conhecer o público-alvo que se pretende atingir, verificar se o serviço ou produto é oferecido por alguma outra empresa, procurar a ajuda de um especialista, por exemplo, se não houver um domínio da questão financeira, são itens importantes para o aumento das possibilidades de sucesso logo na partida”, comenta. Além disso, uma série de fatores externos desafia a criatividade do brasileiro que tenta exercer uma atividade produtiva por conta própria, como o complexo sistema tributário do País, o alto volume de impostos e a falta de

mão de obra qualificada.

Apesar dos possíveis percalços, o medo de fracasso não seria impedimento para um empreendedor seguir em frente – como aponta a própria pesquisa GEM – para 57,3% dos entrevistados. Na opinião de Soares, isso ocorre porque o indivíduo com espírito empreendedor é determinado, acostumado a cair e a se reerguer para trabalhar em novos projetos. “É muito comum nas histórias de sucesso os empresários dizerem que foram atingidos inicialmente por uma sequência de fracassos”, comenta.

A capacidade de recomeçar, aliás, é considerada por especialistas como uma característica de um empreendedor bem-sucedido. Ele costuma ser determinado e sente profunda

necessidade de superar e resolver os problemas para completar o trabalho, além de demonstrar habilidade para conservar o senso de perspectiva, o otimismo e o humor até mesmo nas situações mais difíceis.

O senso de oportunidade é outro atributo de um empresário de sucesso, que costuma traçar metas que o ajudem a focar suas energias nas atividades que contribuam mais fortemente para a realização de seus objetivos. De acordo com informações do Sebrae-PR, os empreendedores ainda apresentam uma grande consciência de suas forças, fraquezas e da própria competitividade, sendo realistas sobre o que podem e o que não podem fazer.

Eles ainda reconhecem que não se trabalha sozinho para construir um empreendimento substancial, por isso buscam não apenas se cercar de uma boa equipe como também demonstram forte capacidade colaborativa, atribuindo responsabilidades e dividindo os méritos pelas realizações.

Dessa forma, ao contrário do senso comum, conclui-se que os empreendedores não são apenas sortudos apostadores. Seu sucesso é fruto de persistência, autoconhecimento e uma profunda avaliação dos riscos do negócio. E não importa o porte da empresa, onde e como o negócio surgiu – se de uma simples ideia ou do reconhecimento de uma necessidade –, as histórias mostram que o sucesso do empreendimento depende, essencialmente, da vontade de começar. ■

Ações mais prudentes, como o dimensionamento do capital necessário para o negócio e a análise aprofundada do público-alvo, da concorrência e de quem poderiam ser os parceiros da empresa formam uma importante base para a concretização da empreitada

ENTREVISTA

Dennis Fortnum, sócio-líder da KPMG no Canadá



Acervo KPMG

Foco e perseverança

Sócio-líder da KPMG no Canadá e líder da iniciativa global da KPMG no mercado empreendedor, Dennis Fortnum tem mais de 30 anos de convívio com empresários e é idealizador do livro *That'll never work*. Isso nunca vai dar certo, em tradução livre. A publicação reúne histórias de empreendedores canadenses que enfrentaram adversidades até atingir o sucesso no negócio e ainda inspirou uma versão brasileira com a mesma temática. Nessa entrevista, ele conta sobre o empreendedorismo no Canadá, as características comuns entre os profissionais que realizam atividades empreendedoras e os potenciais riscos e obstáculos dos negócios. Confira:

Quais são as principais características dos empreendedores canadenses?

Eu acho que muitas dessas características são as mesmas de

empresários de todo o mundo. Em minha experiência de mais de três décadas de trabalho com empresários, posso dizer que esses líderes são curiosos a respeito do mundo que os rodeia, são comprometidos e apaixonados por seus negócios e inspiram os outros a agir. É preciso muita coragem para iniciar e executar o próprio negócio, por isso os empreendedores são extremamente determinados. Também notei que a diferença entre um bom líder e um grande líder é a humildade. Recuar e deixar que outras pessoas ajudem com suas ideias e as faça tornar realidade é uma característica-chave dos empresários com os quais trabalho.

O que mais os empreendedores de sucesso têm em comum?

Os empreendedores são resilientes. Eles veem os obstáculos como desafios e seus erros como oportunidades de aprendizagem. Muitos também acreditam que o sucesso é um produto de trabalho duro, não sorte, destino ou acaso.

Então, criatividade e espírito inovador não são qualidades suficientes para que o empreendedor seja bem-sucedido em seu negócio?

Embora seja um caminho para ajudar a empreender, inovação e criatividade não bastam para sustentar um negócio. A mudança é constante, e não se pode limitar a inovação às quatro paredes da empresa. Os empresários reconhecem a importância de compartilhar, aprender com os outros e com o poder da colaboração. Acho também que os empresários precisam de uma boa equipe de assessores a seu redor. Compreensivelmente, muitos se fecham em seu negócio, então precisam de ajuda para ampliar suas perspectivas.

Existem programas formais de incentivo ao empreendedor no Canadá?

Os empresários canadenses são a força principal da economia no país. O Governo do Canadá, assim como nossos governos provinciais, oferecem diferentes incentivos para ajuda na construção de negócios e apoio à

inovação. Há uma ampla gama de incentivos para as empresas privadas, incluindo assistência financeira, empréstimos, reembolsos de impostos e créditos, subsídios salariais e investimentos de capital.

Quais são os fatores de maior risco para o sucesso de um negócio, ou seja, onde é que os empreendedores costumam errar?

Cada negócio é diferente, portanto, cada empresário também. Mas é extremamente importante que os empresários mantenham os olhos abertos e estejam cientes dos potenciais obstáculos:

- O fluxo de caixa de uma empresa é um fator de extrema importância. Se um empresário não prestar atenção nesse aspecto, poderá ter problemas, e com consequências desastrosas. É útil ficar de olho no fluxo de caixa e utilizar uma ferramenta de previsão desse fluxo.

- É importante rever regularmente o modelo de negócio, a estratégia de talentos e a estratégia de crescimento. Também é preciso empenhar tempo para compreender a verdadeira vantagem competitiva. Se o empresário não fizer isso, corre o risco de ser surpreendido pela concorrência em um negócio de que nunca ouviu falar e perder seus clientes.

- Normalmente, um empresário constrói o negócio a partir do zero. Isso significa que a maior parte do conhecimento da empresa fica com esse indivíduo, o que não é aconselhável. É importante compartilhar o conhecimento e pensar em sucessão. Do contrário, o que acontece se o proprietário da empresa já não puder exercer o negócio ou desejar vendê-lo?

Que conselhos o senhor daria para aqueles que desejam empreender, mas não sabem exatamente por onde começar?

É importante criar uma boa base para o sucesso do negócio. Isso significa entender seu mercado, a concorrência, seu cliente e sua oferta. Isso requer pesquisa, e gostaria de encorajar

novos empreendedores a conversar e aprender com outros empresários. Criar forte *network* pode ser inestimável. Também gostaria de dizer a novos empreendedores que não há problema em cometer erros. Não conheço um empresário que não tenha errado ao montar seu negócio. No final, os erros contribuíram para que os empresários

se tornassem melhores. Também é importante pedir ajuda quando precisar, já que possuir e operar um negócio é um trabalho difícil e, às vezes, o empresário pode não ter a solução certa para os desafios que o negócio impõe. É útil ter uma rede de apoio ou um consultor de negócios confiável para ajudá-lo na direção certa ou a

explorar suas opções. Por último, mas não menos importante: divirta-se! Ser um empreendedor é uma oportunidade incrível para criar um negócio e driblar os riscos. Gostaria de aconselhar os empresários a não se esquecer da razão pela qual iniciaram seu negócio, em primeiro lugar, e agarrar e continuar a explorar a sua paixão.

Eles fizeram dar certo



Inspirado na versão canadense de *That'll never work*, a KPMG no Brasil produziu o livro "Todo Mundo Disse que Não Ia Dar Certo", escrito pelo jornalista Ricardo Viveiros. A publicação mostra como 20 empreendedores, que ilustram a capa desta edição, superaram os percalços e transformaram seus negócios em grande sucesso. "Neste livro, estão alguns bons exemplos de pessoas com nível educacional superior ou não, com prévia estratégia ou sem ela, com capital ou apenas um carro usado para investir, que tiveram coragem, intuição, capacidade criativa, inteligência e humildade para aprender fazendo", afirma o autor.

Este livro-reportagem mostra, com detalhes, a importância não só de se ter uma boa ideia, mas de acreditar em si próprio, saber superar desafios e reunir pessoas competentes em torno de um projeto. Confira, a seguir, os personagens do livro:

- Alberto Carneiro Neto – Casa do Pão de Queijo • Clóvis Souza - Giuliana Flores
Alexandre Costa – Cacau Show • Priscila Callegari - Ciao Mao • Guilherme Paulus - CVC (GJP Hotéis & Resorts)
Wanderley de Abreu Júnior - Storm Security • Edgard Corona - Bio Ritmo Academia
Leandro Scabin - Dileto • Alberto Saraiva – Habib's • Aleksandar Mandic - Mandic magic
José Efromovich - Avianca • Leandro Toledano e Daniel Neuman - The Gourmet Tea
Carlos Wizard Martins - Grupo Multi • Francisco Deusmar de Queiroz - Farmácias Pague Menos
Robinson Shiba - China in Box • Otávio Piva de Albuquerque - Expand • Alair Martins - Sistema Integrado Martins
Leandro Pinto - Granja Mantiqueira • Romero Rodrigues - Buscapé Company
Lindolfo Leopoldo Martin - Multicoisas

As 10 características do empreendedor de sucesso:



Mentalidade empreendedora

O GEM pesquisou, entre a população de 18 e 64 anos de idade, o conhecimento sobre o processo de abertura de novos negócios, oportunidades e capacidades percebidas, além do medo de fracasso. Foram também levantados os sonhos e desejos dessas pessoas, particularmente a vontade de possuir um negócio próprio. Veja o resultado:

